

9. Zentrale Forschungsergebnisse und Handlungsempfehlungen

Das zentrale Erkenntnisinteresse der vorliegenden Studie liegt in der Frage, wie klassische Musiker_innen sich Wissen im Hinblick auf eine Tätigkeit in der Musikvermittlung aneignen und wie sich dabei Identität und soziale Zugehörigkeit formieren. In diesem Zusammenhang frage ich auch nach den Zielen, die die Musiker_innen verfolgen, und nach hemmenden oder förderlichen Faktoren für ihre Tätigkeit. Den Hintergrund dieses Erkenntnisinteresses bildet der Befund, dass musikvermittelnde Tätigkeiten, vor allem in den vergangenen zwanzig Jahren, zu einem selbstverständlichen Teil des Berufsbildes klassischer Musiker_innen wurden, sei es das Spielen in Kinderkonzerten, die Teilnahme an partizipativen Projekten, die Moderation von Konzerten oder die Konzeption und Durchführung von Workshops. Orchester und Konzerthäuser haben, wie ich gezeigt habe, umfangreiche Angebote für unterschiedliche Zielgruppen in ihrem Programm, sodass sowohl Musiker_innen mit einer Orchesterstelle als auch Freiberufler_innen mit dieser Tätigkeit konfrontiert sind. Wie ich in den Kapiteln 5 bis 8 zeigte, erfolgte die Aneignung von Wissen für diese Tätigkeit bei meinen Forschungspartner_innen vor allem außerhalb formaler Bildungsangebote und weitgehend unsystematisch. Ziel der Arbeit ist es daher, Handlungsempfehlungen für Musikbetriebe und Hochschulen zu formulieren, wie Musiker_innen möglichst gut auf Tätigkeiten in der Musikvermittlung vorbereitet werden können und wie möglichst günstige strukturelle Gegebenheiten dafür geschaffen werden können.

Um das entsprechende Wissen zur Beantwortung meiner Forschungsfragen zu generieren, rekonstruierte ich ausgehend von Interviews die Lernwege von zwölf klassischen Musiker_innen, die in der Musikvermittlung tätig sind. Eine Diversifizierung des Samples ergibt sich vor allem durch die Kategorien Alter, Geschlecht, Dauer ihrer Tätigkeit, Involviertheit in Praktiken der Musikvermittlung und formaler Bildungshintergrund. Um die Situiertheit der Lernprozesse in ihrer Komplexität angemessen darzustellen, rückte ich den analytischen Fokus zunächst auf das große Ganze meiner Forschungssituation. Durch die theoretische Brille der Situational Analysis und der Site Ontology analysierte ich die SW Musikvermittlung: ihre zentrale Aktivität und Orte, ihre Akteur_innen und ihre Organisationen sowie

ihre dauerhaften oder temporären Überlappungen mit den sozialen Welten der Hochschulausbildung, des Konzertbetriebes, des Musikunterrichts in der Schule, der sozialen Arbeit und des Instrumentalunterrichts.

Da sich die Lernwege meiner Forschungspartner_innen über unterschiedliche Zeiträume innerhalb der letzten rund fünf Jahrzehnte vollzogen, was einerseits mit ihrem Alter und andererseits mit den Zeitpunkten ihres ersten Kontakts mit Praktiken der Musikvermittlung zusammenhängt, analysierte ich außerdem die historischen Genese der SW Musikvermittlung. Ich arbeitete heraus, dass wesentliche historische Bezugspunkte von Musikvermittlung in Konzerten für Kinder, in partizipativen Kooperationsprojekten sowie in der Community Music und Soziokultur zu verorten sind. Rund um das Jahr 2000 entstand schließlich jene SW Musikvermittlung, die sich seither stetig weiterentwickelt und ausdifferenziert und mehr oder weniger starke Überlappungen mit angrenzenden sozialen Welten bildet. Gemeinsam bilden diese sozialen Welten und die sich an den Rändern und Zonen der Überschneidung formierenden Arenen eine *landscape of practice*, durch die sich die Musiker_innen auf ihren Lernwegen bewegen. Verglichen mit den klassischen Aufführungspraktiken, auf die die Musiker_innen in ihrer formalen Ausbildung zumeist seit ihrer Kindheit vorbereitet wurden, realisieren sie in den künstlerisch-pädagogischen Praktiken der Musikvermittlung weitere *doings* und *sayings*: Sie moderieren, erklären, sprechen mit dem Publikum, leiten gemeinsame Musizierprozesse an, schauspielern und konzipieren neue Konzertformate, um nur einige Beispiele anzuführen. Diese diskursiven und nondiskursiven Aktivitäten stehen in engem Zusammenhang mit den materiellen Arrangements im Sinn der räumlichen Gegebenheiten und beteiligten Menschen. So werden Praktiken der Musikvermittlung häufig außerhalb traditioneller Konzertsäle und vor anderen Publika als dem regulären Abonnementpublikum realisiert. Die Musiker_innen eignen sich auf ihren Lernwegen jene *knowledgeability* – und damit Wissen aus unterschiedlichen *communities of practice* und sozialen Welten – an, die sie für eine kompetente Teilnahme an Praktiken der Musikvermittlung für relevant erachten.

Im Folgenden werde ich nun die zentralen Erkenntnisse meiner Studie noch einmal in Kürze entlang meiner Forschungsfragen darstellen und danach acht davon abgeleitete Handlungsempfehlungen formulieren.

9.1 Ziele der Musiker_innen

Ich analysierte in Kapitel 4.4.5 die Ziele der Musiker_innen im Hinblick auf ihre musikvermittelnde Tätigkeit, die ich im Sinn Schatzkis als Lernergebnis aus ihrem Engagement in Praktiken der Musikvermittlung verstehe.

Die Musiker_innen beschreiben durchgehend und zum Teil sehr emphatisch, dass sie eine große emotionale Verbundenheit mit dem Musizieren empfinden.

Die eigene Begeisterung wollen die Forschungspartner_innen mit ihrem Publikum teilen. Im Gegensatz zum klassischen Konzertbetrieb sehen sie in Praktiken der Musikvermittlung dazu die Möglichkeit, indem sie beispielsweise mit dem Publikum ins Gespräch kommen, partizipative Elemente in Konzerte einbauen, auf Konzertkleidung verzichten oder neue Räume erschließen. Einige Musiker_innen im Sample beschreiben im Zusammenhang mit Musikvermittlung, dass sie soziale Ziele verfolgen. Sie erkennen eine gesellschaftliche Verantwortung, die sich in Projekten mit Schulen und Sozialeinrichtungen sowie in Workshops mit Kindern aus schwierigen sozialen Verhältnissen niederschlagen. Diese gesellschaftspolitischen Ziele lassen sich als zentral für ihre künstlerische Identität rekonstruieren. Als kulturpolitisches Ziel formulieren viele Musiker_innen den Anspruch, das klassische Konzertleben für alle Menschen zu öffnen und auf diese Weise breite kulturelle Teilhabe zu ermöglichen. Die Musiker_innen erkennen Barrieren und Hemmschwellen, die sie in ihrer Tätigkeit abbauen wollen. Audience Development als institutionell geprägtes ökonomisches Ziel erwies sich vor dem Hintergrund eines anhaltenden Krisendiskurses um das klassische Konzert als sehr kontroversiell. Während es zum Teil als wichtiges Ziel genannt wurde, um den klassischen Konzertbetrieb auch in Zukunft zu erhalten, grenzten sich einige Forschungspartner_innen ganz kategorisch davon ab, weil sie Audience Development als Ziel des Marketings erachten. Das ebenfalls ökonomische Ziel, den eigenen Lebensunterhalt im Rahmen einer Portfolio-Karriere auch mit Musikvermittlung zu bestreiten, blieb eine weitgehend stumme Position in den Daten. Dies lässt vermuten, dass die Forschungspartner_innen es entweder in der Interviewsituation als sozial nicht erwünscht oder nicht als akzeptiertes Ziel in Praktiken der Musikvermittlung wahrnehmen, verweist aber auch auf ein hohes Ausmaß an Idealismus vieler Akteur_innen.¹

Insgesamt überschneiden sich die Zielformulierungen im Wesentlichen mit den Zielen im allgemeinen »Begründungsdiskurs zur Musikvermittlung« (Voit 2019: 118). Dies ist insofern nachvollziehbar, als Schatzki betont, dass Menschen grundsätzlich empfänglich für Normativität sind und sich vorgeschriebenen Zielformulierungen in Praktiken üblicherweise anpassen. Allerdings ist auch erkennbar, dass die Musiker_innen das institutionell geprägte ökonomische Ziel, neues Publikum zu akquirieren, nicht ausschließlich affirmieren, sondern auch kritisch reflektieren.

1 Musikvermittlung kann in dieser Hinsicht als »passionate labour« (Sandoval 2018) bezeichnet werden, ein Konzept, das den Zusammenhang zwischen Arbeit und Vergnügen im Kulturbereich fokussiert. Marisol Sandoval argumentiert in ihrem Artikel, dass *do what you love* Teil einer neoliberalen Arbeitskultur ist, in der prekäre Arbeitsbedingungen die positiven Ausichten von leidenschaftlicher Arbeit einschränken.